Приложение

к рабочей программе дисциплины

«Психологические аспекты масс-медийной деятельности»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ВЫСШАЯ ШКОЛА ТЕЛЕВИДЕНИЯ

**Психологические аспекты масс- медийной деятельности**

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Владивосток 2020

**1 ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Код компетенции | Формулировка компетенции | Номерэтапа |
| 1.2. | ОК-6ОПК-2 | Cпособность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью. |   |

**2 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

 ***ОК -6 -*** *способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.*

 *О****ПК-2 -*** *владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью.*

|  |  |
| --- | --- |
| **Планируемые результаты обучения\***(показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | **Критерии оценивания результатов обучения\*\*** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **Знает:** | Не знает: основных положений деятельности средств массовой информации и их значения в формировании общественного мнения, потребностей и запросов аудитории.Не понимает взаимосвязи психологии и масс-медийной деятельности.Не разбирается в психологических аспектах личной и коллективной творческой деятельности.Не способен ясно изложить свои мысли. | Фрагментарно знает:  - основные законы деятельности масс-медиа в обществе, - закономерности психологического восприятия информации, в том числе рекламной, различной аудиторией,Демонстрирует несистемные знания о психологических аспектах личного и коллективного творчества в средствах массовой информации, в рекламе и PR-деятельности,Фрагментарно и неточно знает терминологию психологических аспектов деятельности масс-медиа. | Не достаточно полно знает:- о законах функционирования масс-медиа в обществе и взаимосвязи с психологией*,*- о законах психологического восприятия информации, в том числе рекламной, различными аудиториями.Недостаточно знает механизмы действия психологических аспектов коммуникации в деятельности масс-медиа.Не в полной мере знает приемы информационно-психологической безопасности.Не достаточно свободно владеет терминологией . | В целом и достаточно полно знает:  -законы существования и функционирования масс-медиа в обществе и взаимосвязи психологией;  -законы психологического восприятия информации, тиражируемой масс-медиа.Хорошо знает омеханизмах действия психологической составляющей индивидуальной и коллективной масс-медийной деятельности, о психологических особенностях различной аудиторииВ целом достаточно знаетприемы информационно-психологической безопасности в массовой коммуникации. | Глубоко и системно знает: -законы существования и функционирования масс-медиа в обществе и взаимосвязи с психологией;  -законы психологического восприятия информации, тиражируемой масс-медиа, (в том числе рекламной), -механизмы действия психологической составляющей масс-медийного творчества; -приемы информационно-психологической безопасности в массовой коммуникации, в том числе манипуляции, - приемы психологической коррекции,- категориальный аппарат, фиксирующего законы содержательно-формальных сторон психологического аспекта деятельности масс-медиа. |
| **Умеет:** | Не умеет: -анализировать психологические профили аудитории и ее потребности, - анализировать коммуникативные ситуации для создания наиболее эффективного информационного, рекламного продукта.Не понимает взаимосвязи деятельности масс-медиа и психологии.Не умеет формулировать свои мысли относительно изучаемогопредмета. | Фрагментарно и не системно анализирует- конкретные коммуникативные ситуации с целью создания оптимального информационного, рекламного продукта,Недостаточно умеет анализировать психологические запросы и потребности различной аудитории*.*Не умеет находить взаимосвязи теории психологических аспектов масс-медийной деятельности с практической работой в средствах массовой информации, подразделений PR и рекламы. | Неполно и неточно умеет *-* анализировать конкретные коммуникативные ситуации с целью создания оптимального информационного, рекламного продуктаНедостаточно умеет анализировать информационные, рекламные потребности и запросы различной аудитории.Неточно умеет анализировать психологическое восприятие продукции масс-медиа.Не в полной мере умеет применять теоретические положения в практической деятельности.  | В целом умеет:*-* анализировать конкретные коммуникативные ситуации с целью создания оптимального информационного, рекламного продукта,Достаточно профессионально умеет анализировать психологические профили аудитории и восприятие массовой информации.В целом умеет -применять теоретические положения о психологии масс-медиа в творческой деятельности. | Системно и полно умеет :- -анализировать психологические профили аудитории и восприятие массовой информации,- анализировать конкретные коммуникативные ситуации с целью создания оптимального информационного, рекламного продукта,- применять теоретические положения о психологии масс-медиа в коллективном и индивидуальном творчестве. |
| **Владеет:** | Не владеет: - приемами и способами анализа информационных и рекламных материалов масс-медиа с точки зрения психологического воздействия на аудиторию.Не владеет элементарными навыками анализа психологических ситуаций для оптимальной индивидуальной и коллективной творческой деятельности. | Фрагментарно владеет: - методикой анализа материалов масс-медиа с точки зрения психологического воздействия на аудиторию.Допускает серьезные ошибки при анализе коммуникативных ситуаций в процессе индивидуального и коллективного творческого процесса.С серьезными ошибками пользуется категориальным аппаратом дисциплины.Не всегда и не в полной мере выполняет творческие задания. | Неполно и не совсем осознанно владеет: -методикой анализа и создания материалов масс-медиа с точки зрения психологического воздействия на аудиторию, в том числе приемами манипуляции,Не в полной мере владеет методами психологической коррекции, в том числе саморегуляции. С ошибками пользуется профессиональными терминами , принятыми в масс-медиа.  | В целом владеет: - методикой анализазакономерностей функционирования масс-медиа в обществе*-* методикой анализа и создания материалов масс-медиа с точки зрения психологического воздействия на аудиторию,- методами психологической коррекции, в том числе саморегуляции.Практически свободно пользуется терминологией психологии масс-медиа. | Системно и полно владеет: - методикой анализа закономерностей существования и функционирования масс-медиа в обществе;- методикой анализа и создания материалов масс-медиа с точки зрения психологического воздействия, в том числе приемами манипуляции,- методами психологической разрядки в стрессовых ситуациях.Сознательно и свободно пользуется: терминологией психологии масс-медиа. |
| **Шкала оценивания\*\*\***(соотношение с традиционными формами аттестации) | «Неудовлетвори-тельно» | «Неудовлетворительно» | «Удовлетворительно» | «Хорошо» |  «Отлично» |

**3 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Коды компетенций и планируемые результаты обучения | Оценочные средства\* |
| Наименование | Представление в ФОС |
| 1. | ОК-6  | Знать | Контрольная работаСобеседование | Комплект контрольных заданий по вариантамВопросы по темам |
| Уметь | Собеседование | Вопросы по темам |
| Владеть |  Творческое задание | Творческое задание по заданным параметрам |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2. |  ОПК-2  | Знать | Контрольная работаСобеседование | Комплект контрольных заданий по вариантамВопросы по темам |
| Уметь | Собеседование | Вопросы по темам |
| Владеть |  Творческое задание | Творческое задание по заданным параметрам |

**4 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ**

Промежуточная аттестация по дисциплине *«Психологические аспекты масс-медийной деятельности»* включает в себя оценку теоретических заданий, позволяющие оценить уровень усвоения знаний студентами, и оценку творческих заданий, выявляющих степень сформированности умений и владений (см. раздел 5).

Усвоенные знания и освоенные умения проверяются при помощи опроса в ходе лекционных занятий в виде вопросно-ответной формы (собеседование) и мини контрольной работы на 15-20 минут, умения и владения проверяются при оценке выполнения творческих заданий в виде анализа конкретных материалов печатных, электронных, сетевых масс-медиа с точки зрения психологического воздействия на аудиторию, анализа конкретных коммуникативных ситуаций в личном и коллективном творческом процессе.

Объем и качество освоения дисциплины студентами, уровень сформированности дисциплинарных компетенций оцениваются по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Сумма баллов, набранных студентом по дисциплине, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сумма балловпо дисциплине | Оценка по промежуточной аттестации | Характеристика уровня освоения дисциплины |
| от 91 до 100 | «зачтено»  | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять творческие задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. |
| от 76 до 90 | «зачтено»  | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.  |
| от 61 до 75 | «зачтено»  | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| от 41 до 60 | «не зачтено»  | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. |
| от 0 до 40 | «не зачтено»  | Дисциплинарные компетенции не формированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. |

**5 КОМПЛЕКС ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

5.1 Контрольная работа

**Пример контрольной работы по проверке знаний терминов и понятий в психологии масс-медиа.**

Тема 4: **« *Психологические аспекты творческой деятельности »***

Степень трудности – высокая.

**Задание - написать в правом столбце определение термина**

Вариант 1. Время выполнения – 15 минут

|  |  |
| --- | --- |
| **Термин, понятие** | **Формулировка содержания** |
| Социальная информация |  |
| Коммуникатор  |  |
| Идентификация  |  |
| Манипулирование |  |
| Восприятие  |  |

Вариант 2. Время выполнения – 15 минут

|  |  |
| --- | --- |
| **Термин, понятие** | **Формулировка содержания** |
| Информационно-психологическая безопасность  |  |
| Мотивация |  |
| Социализация  |  |
| Конфликт  |  |
| Мышление |  |

**Пример № 2 контрольной работы по проверке знаний терминов и понятий**

Тема « ***Аудитория и масс-медиа»***

Степень трудности – высокая.

**Задание - написать в правом столбце определение термина**

Вариант 1. Время выполнения 15 минут.

|  |  |
| --- | --- |
| Масс-медиа  |  |
| Рекламный материал  |  |
| Спичрайтер  |  |
| Аудитория СМИ  |  |
| Слоган  |  |

Вариант 2.

|  |  |
| --- | --- |
| Информационное пространство  |  |
| PR-деятельность  |  |
| Рейтинг  |  |
| Ньюсмейкер  |  |
| Контент-анализ |  |

Краткие методические указания

Подготовка к контрольной работе осуществляется студентом самостоятельно. Студент использует определения, зафиксированные на лекции или указанные в учебниках по данной теме, а также в дополнительной литературе.

Критерии оценки контрольной работы (количество терминов – 5).

Тесты оценивается по 5-ти балльному принципу:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы\* | Описание |
| 1. | 5 баллов | 5 правильных ответов из 5 |
| 2. | 4 балла | 4 правильных ответа из 5 |
| 3. | 3 балла | 3 правильных ответа из 5 |
| 4. | 2балла | 2 правильных ответа из 5 |
| 5. | 1 балл | 1 правильный ответ из 5 |
| 6. | 0 баллов | Нет правильных ответов |

**5.2. Вопросы по теме.**

**Пример № 1.**

Перечень контрольных вопросов по изучаемой теме «***Межличностные и общественные коммуникации. Общие принципы общения*** »:

1. Какие виды коммуникаций вам известны?
2. Перечислить характеристики межличностных коммуникаций.
3. Каковы основные принципы общения?
4. Чем, по-вашему, отличаются термины «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации»?
5. Перечислить функции общественных коммуникаций.
6. Каковы языковые приемы общения в массовой коммуникации?
7. Каковы невербальные приемы общения?
8. Каковы характеристики успешного коммуникатора?
9. Каковы цели массовой коммуникации?
10. Какие психологические барьеры присутствуют в процессе коммуникации?

**Пример № 2.**

Перечень контрольных вопросов по изучаемой теме «***Конфликтные ситуации в коллективной работе, во внешних коммуникациях»:***

1. Что значит творческий процесс?
2. Перечислить психологические особенности коллективной работы в электронных СМИ.
3. Каковы психологические характеристики и профессиональные требования для работы специалистов в рекламной, PR-деятельности?
4. Перечислить основные методы работы успешного коммуникатора.
5. Что значит социальные институты общества? Перечислить.
6. Что значит конфликтная ситуация в межличностном общении? В профессиональной деятельности?
7. Перечислить основные виды конфликтов.
8. Каковы основные стратегии решения конфликтных ситуаций ?
9. Какие тактики выхода из конфликтов вам известны?
10. Что значит психологическая коррекция, саморегуляция?

Краткие методические указания:

Студенту необходимо ориентироваться на лекционный материал, а также на содержание рекомендованных учебников, дополнительной научной литературы.

 Критерии оценки ответа:

Устные ответы во время лекционных занятий с собеседованием оцениваются по 5-ти балльной системе:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы\* | Описание |
| 1. | 5 баллов | Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала по теме, усвоение основной учебной и дополнительной литературы, рекомендованной программой, свободно оперирует понятиями и научными категориями при обсуждении теоретических вопросов, глубоко понимает закономерности развития анализируемой сферы, умеет свободно приводить примеры, применяет знания в ситуациях повышенной сложности. |
| 2. | 4 балла | Студент демонстрирует знание темы на среднем уровне, знание основных положений учебника и дополнительных материалов, допускает незначительные ошибки, неточности при аналитических операциях, изредка ошибается в понимании содержания категорий, хорошо анализирует предлагаемый для мыслительной деятельности материал, приводит собственные примеры для иллюстрации понимания |
| 3. | 3 балла | Студент демонстрирует очень общее усвоение знаний по теме, допускает значительные ошибки при аналитических операциях, проявляет наличие отдельных отрывочных знаний по теме, испытывает значительные трудности при оперировании точными понятиями и категориями. |
| 4. | <3-х баллов соответствуют оценке «неудовлетворительно» и не учитываются при подсчете баллов | Студент демонстрирует отрывочные, бессистемные знания, проявляет отсутствие логики в ответе, отсутствие знаний материала учебников, либо демонстрирует полное отсутствие знаний по теме. |

5.3 Творческое задание.

**Пример задания**. Посмотреть рекламные материалы разных видов и форм в электронных СМИ, Интернет-среде, в социальных сетях и проанализировать их , ответив на следующие вопросы:

1. Какие виды рекламы преобладают на разных каналах размещения рекламного продукта?
2. Какие, по-вашему, информационно- психологические потребности аудитории реализует реклама на ТВ, в соц.сетях и т.д.?
3. Каков, по-вашему, психологический профиль среднестатистического представителя данной аудитории?
4. Какие приемы психологического воздействия на аудиторию в просмотренной рекламной продукции ( конкретные примеры рекламы) ?
5. Какие выразительные средства данного канала распространения способствуют предполагаемому эффективному восприятию рекламной информации?
6. Насколько успешно, по-вашему, использованы в рекламе ( конкретные примеры) основные манипулятивные приемы? Назвать – какие это приемы.
7. Как, по-вашему, соблюдаются этические и информационно-психологические принципы безопасности при размещении данной рекламной продукции ( конкретные каналы размещения рекламы)?

 8.

9.

10

Краткие методические указания:

Студенту необходимо заранее посмотреть указанную программу телеканала и провести анализ по заданным параметрам. Опрос на занятии проводится путем дискуссионного обсуждения. Данное задание ставит целью не столько проверить самостоятельный анализ, сколько научить анализировать профессиональные информационные и рекламные материалы и проверить знания теории масс-медиа и психологии, усвоенных на предыдущем уровне образования. Поэтому готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 2 баллами.

Критерии оценки практического анализа:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы\* | Описание |
| 1. | 2 балла | Ознакомление с телепрограммой в виде предварительного просмотра и анализа, активное обсуждение параметров, заданных в перечне вопросов. |
| 2. | 1 балл | Ознакомление с телепрограммой, пассивное присутствие при анализе. |
| 3. | 0 баллов | Невыполнение творческого задания, пассивное присутствие на занятии. |